

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS
PRODUK TERHADAP NIAT BELI ULANG SEPATU
OLAHRAGA FILA**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

Oleh:

**William Kangdinata
2013120244**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018**

**THE INFLUENCE OF CUSTOMERS SATISFACTION OF
PRODUCT QUALITY TOWARDS REPURCHASE
INTENTION OF SPORT SHOES FILA**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Economics

By

**William Kangdinata
2013120244**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by BAN – PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PRODUK
TERHADAP NIAT BELI ULANG SEPATU OLAHRAGA FILA**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Oleh:
William Kangdinata
2013120244

Bandung, 5 Januari 2018

Ketua Program Sarjana Manajemen,

[Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si]

Pembimbing Skripsi,

[Leokadia Retno Adriani, Dra., M.Si]

PERNYATAAN



Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : William Kangdinata
Tempat, tanggal lahir : Pekanbaru, 7 Oktober 1995
NPM : 2013120244
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Kepuasan konsumen atas Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang Sepatu Olahraga FILA

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Leokadia Retno Adriani, Dra., M.Si.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : 5 Januari 2018
Pembuat pernyataan :



(William Kangdinata)

ABSTRAK

Perubahan gaya hidup manusia terjadi secara waktu ke waktu disesuaikan dengan kondisi dari lingkungan. Dengan perubahan gaya hidup juga tentu akan mempengaruhi konsumen dalam pemilihan sepatu olahraga. Sebuah sepatu olahraga memiliki nilai-nilai penting yang perlu dipenuhi salah satunya adalah kualitas produk. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kepuasan konsumen atas Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang Sepatu Olahraga FILA.

Variabel penelitian dan dimensi kualitas produk menurut Mullins, walker, boyd & larreche (2005:422) terdiri dari : *Performance* (kinerja), *Durability* (daya tahan), *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), *Features* (fitur), *Reliability* (reliabilitas), *Aesthetics*(estetika), dan *Perceived quality* (kesan kualitas). Dan variabel penelitian niat beli ulang mengacu pada definisi menurut Ferdinand (2002:129).

Penelitian ini menggunakan metode uji hipotesis yang mengacu pada Sekaran dan Bougie (2010:108) yaitu mengukur bagaimana variabel-variabel bebas / variabel X (kepuasan konsumen atas kualitas sepatu olahraga FILA) mempengaruhi variabel Y (Niat beli ulang) dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, studi pustaka dan kuesioner yang disebarkan kepada 100 orang responden dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk memperoleh gambaran mengenai situasi yang terjadi dan analisis regresi berganda

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Tingkat Kepuasan konsumen atas kualitas produk sepatu olahraga FILA dinilai sebagai berikut :
 - Responden merasa cukup puas akan *Performance* dari Sepatu Olahraga FILA.
 - Responden merasa kurang puas akan *Durability* dari Sepatu Olahraga FILA
 - Responden merasa kurang puas akan *Conformance* dari Sepatu Olahraga FILA
 - Responden merasa kurang puas akan *Features* dari Sepatu Olahraga FILA
 - Responden merasa cukup puas akan *Reliability* dari Sepatu Olahraga FILA
 - Responden merasa kurang puas akan *Aesthetics* dari Sepatu Olahraga FILA
 - Responden merasa kurang puas akan *Perceived quality* dari Sepatu Olahraga FILA

Kepuasan konsumen atas kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 72% terhadap niat beli ulang konsumen pada sepatu olahraga FILA dan diantara dimensi-dimensi kualitas produk yang memberikan pengaruh signifikan adalah kepuasan atas *Performance* (0,182), *Durability* (0,233), *Conformance* (0,200), *Features* (0,207), *Aesthetics* (0,186), dan *perceived quality* (0,159), sedangkan kepuasan atas *Reliability* tidak memberikan pengaruh secara signifikan.

Keywords : Kualitas Produk, Niat Beli Ulang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen atas Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang Sepatu Olahraga FILA”.

Laporan penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Universitas Katolik Parahyangan. Dasar penyusunan laporan ini adalah untuk dapat menjelaskan akar permasalahan dan pada akhirnya menjadi masukkan dalam pengembangan Kualitas Produk dan penanganan pada konsumen sepatu olahraga FILA yang tidak puas.

Terselesaikannya laporan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang penulis hormati:

1. Orang tua dan adik-adik penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan bagi penulis
2. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.. selaku Ketua Prodi Jurusan S1 Manajemen
3. Leokadia Retno Adriani, Dra., M.Si.. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan perhatian untuk memberikan arahan, saran, kritik, dan masukan bagi penulis
4. Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng.. selaku dosen wali penulis
5. Segenap dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan perkuliahan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan
6. Seluruh staf tata usaha dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan atas semua bantuan yang telah diberikan
7. Andi Setiawan, Edy Haryanto, Ariston David, Jhony Chandra yang selalu menghibur dan memberikan motivasi atau semangat dalam kondisi penulis mengalami kesulitan maupun kesedihan selama berkuliah di Bandung.
8. Rizky Christian, Evander Zuriel, Bey Ignatius Purba, Alexander Albert Agusta, Jerry William Ivan, Ivander Christanto dan Taufik Kardana sebagai *member*

kelompok PPK yang saling membantu satu sama lain dan berbagi pengalaman selama penulis berkuliah di Bandung.

9. Gerardus Herlangga Himawan, Samuel Michael, Handy Andriyas, Ardy Hendrian, Yogi Kesuma Setiady, Steven Harliman, Brahma Wirawan, Stefanus Richard, Willy Huang, Andy kurniawan, Agustinus Ryan, Tirza Agustyaningsih, sherly, nathania fransisca dan fransiskus yoga saputra sebagai sahabat sejati penulis selama perkuliahan yang selalu menghibur dan mendengarkan keluhan penulis
 10. Noviela sebagai teman dari semester 1 namun dekat ketika semester 8 yang saling berbagi cerita dan selalu mengingatkan penulis dalam proses pembuatan tugas akhir.
 11. Jesslyn Anggasta sebagai teman yang selalu menghibur dan memberikan motivasi ketika penulis mengalami kesulitan dan sebagai pendorong penulis untuk menjadi yang lebih baik.
 12. Seluruh responden wawancara dan juga kuesioner yang telah membantu melengkapi data-data yang dibutuhkan oleh penulis
 13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
- Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi Sepatu Olahraga FILA serta bagi seluruh pihak yang membaca laporan penelitian ini. Adapun laporan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis selalu terbuka terhadap kritik dan saran dari semua pihak.

Bandung, 5 Januari 2018,

Penulis

William Kangdinata

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Produk	8
2.2. Kualitas Produk	10
2.3. Kepuasan Konsumen	11
2.4. Niat Beli Ulang	13
BAB 3 METODE PENELITIAN	14
3.1. Metode Penelitian	14
3.1.1. Populasi dan Sampel	14
3.1.2. Teknik Pengumpulan Data	15
3.1.3. Operasional Variabel	16
3.1.4. Pengukuran Variabel	19
3.1.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	19
3.1.6. Teknik Analisa Data	22
3.2. Objek Penelitian	26
3.3. Profil Responden	26
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Analisis Kepuasan atas Kualitas Produk Sepatu Olahraga FILA	32
4.1.1. <i>Performance</i>	32
4.1.2. <i>Durability</i>	35
4.1.3. <i>Conformance</i>	37
4.1.4. <i>Features</i>	41

4.1.5. <i>Reliability</i>	43
4.1.6. <i>Aesthetics</i>	45
4.1.7. <i>Perceived Quality</i>	48
4.1.8. Ringkasan kepuasan konsumen atas kualitas produk sepatu olahraga FILA.....	49
4.2. Analisis Niat Beli Ulang Sepatu Olahraga FILA.....	49
4.3. Uji Asumsi Klasik Regresi Linier Berganda.....	52
4.3.1. Uji Normalitas	52
4.3.2. Uji Heteroskedastisitas	53
4.3.3. Uji Multikolinieritas	54
4.4. Analisis Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang Sepatu Olahraga FILA	55
4.4.1. Model Regresi Linier Berganda Awal.....	55
4.4.2. Model Regresi Linier Berganda Baru.....	61
4.5. Ringkasan Hasil Analisis Data.....	66
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	72
RIWAYAT HIDUP PENULIS	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top Brand Survey sepatu olahraga	1
Tabel 3.1. Operasional Variabel X(Kualitas Produk)	16
Tabel 3.2. Operasional variabel Y (Niat Beli Ulang).....	18
Tabel 3.3. Keterangan Skala	19
Tabel 3.4. Hasil Pengujian Validitas.....	20
Tabel 3.5. Hasil Pengujian Reliabilitas	21
Tabel 3.6. Interpretasi Rata-Rata Hitung	23
Tabel 3.7. Jenis kelamin.....	27
Tabel 3.8. Usia Responden.....	27
Tabel 3.9. Kuantitas Pembelian	28
Tabel 3.10. Pekerjaan Responden	28
Tabel 3.11. Kuantitas Berolahraga.....	28
Tabel 4.1. Rata-Rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Performance</i>	32
Tabel 4.2. Rata-Rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Durability</i>	35
Tabel 4.3. Rata-Rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Conformance</i>	37
Tabel 4.4. Rata-Rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Features</i>	41
Tabel 4.5. Rata-Rata Hitung Konsumen Mengenai <i>reliability</i>	43
Tabel 4.6. Rata-Rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Aesthetics</i>	46
Tabel 4.7. Rata-Rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Perceived Quality</i>	48
Tabel 4.8. Ringkasan kepuasan konsumen atas kualitas produk sepatu olahraga FILA	49
Tabel 4.9. Niat beli ulang sepatu olahraga FILA	50
Tabel 4.10. Hasil uji multikolinearitas	55
Tabel 4.11. Model regresi berganda awal	56
Tabel 4.12. Perbandingan nilai signifikansi dan nilai α regresi awal	60
Tabel 4.13. Model regresi berganda baru.....	62
Tabel 4.14. Perbandingan nilai signifikansi dan nilai α regresi baru	65
Tabel 4.15. Ringkasan hasil analisis data.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Model Penelitian	7
Gambar 4.1. Warna yang memudar akibat pengelupasan sepatu.....	37
Gambar 4.2. Sol yang terkikis atau habis sepatu olahraga FILA.....	39
Gambar 4.3. Mayoritas warna putih dari sepatu olahraga FILA.....	42
Gambar 4.4. Penyebaran data pada uji normalitas	53
Gambar 4.5. Pola penyebaran data pada uji heterokedastisitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara Awal	72
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	78
Lampiran 4. Tabel Induk Data Hasil Kuesioner	85

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Seiring meningkatnya pertumbuhan penduduk, maka semakin sadarnya masyarakat terhadap kesehatan dan gaya hidup, permintaan akan sepatu olahraga juga mengalami peningkatan. Dengan meningkatnya permintaan masyarakat akan sepatu olahraga, maka banyak perusahaan yang melihat kesempatan ini dan berusaha untuk memenuhi keinginan para konsumen, termasuk perusahaan sepatu olahraga FILA. Produksi sepatu olahraga ini telah didominasi oleh beberapa perusahaan besar dengan merek terkenal seperti Adidas (38,2%) dan Nike (32,2%). (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2)

Tabel 1.1.

Top Brand Survey sepatu olahraga

MEREK	TBI	TOP
Adidas	38.2%	TOP
Nike	32.2%	TOP
Converse	3.6%	
Eagle	3.3%	
Reebok	3.3%	

sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2

PT Polyfilatex merupakan salah satu produsen sepatu olahraga dengan merek FILA. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1994 oleh Arto Hardy & keluarga, dan sekarang dikenal sebagai pemegang lisensi FILA dan distributor tunggal resmi di Indonesia setelah menandatangani perjanjian lisensi dengan perusahaan FILA pada 21 juli 1999. Perusahaan FILA telah memiliki 260 lebih *outlet/showroom* yang tersebar di beberapa kota di Jawa, Bali, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua. Perusahaan FILA telah didukung oleh departemen riset dan pengembangan yang dibantu dengan kepemimpinan yang kuat dan tim kreatif muda yang juga diawasi oleh manajemen dan kantor pusat FILA di Luxembourg. Perusahaan FILA juga melakukan inspeksi kualitas pabrik yang dilakukan secara intensif dengan 100% inspeksi terhadap produk yang kompleks (<http://polyfilatex.com/landing2015/>)

Sebagai produsen sepatu olahraga berskala internasional tentu kualitas menjadi suatu hal penting untuk dapat memenuhi permintaan para konsumen dan memuaskannya. Namun, peneliti mendapatkan / mendengar bahwa beberapa konsumen yang merupakan teman-teman dari penulis mengalami kekecewaan yang dirasakan ketika menggunakan produk sepatu olahraga FILA sehingga tidak ingin kembali melakukan pembelian sepatu olahraga FILA. Gejala yang dirasakan adalah penurunan dari niat beli ulang konsumen yang didapatkan dari protes atau *word of mouth* negatif dari beberapa kerabat dekat atau sahabat yang telah menggunakan atau pernah menggunakan sepatu olahraga FILA tersebut. Penulis melakukan wawancara awal dengan kepada 15 orang konsumen pengguna produk sepatu olahraga FILA. Hasilnya didapat bahwa sebagian besar mengalami kekecewaan terhadap ketahanan yaitu sebanyak 6 orang dan kekecewaan terhadap desain yaitu sebanyak 3 dari produk FILA. Terdapat 3 responden yang mengatakan alas sepatu olahraga FILA cepat habis. Sepatu yang berat, warna kurang bervariasi, dan bahan-bahan kurang baik masing-masing 1 responden. Berdasarkan keluhan-keluhan yang didapatkan melalui *preliminary research* tersebut, terdapat indikasi masalah utama yaitu buruknya kualitas produk dari sepatu olahraga yang menjadi penyebab utama rendahnya niat beli ulang konsumen. Konsumen mengalami kekecewaan karena kualitas produk sepatu olahraga FILA yang belum memuaskan, bahkan seringkali membuat konsumen merasa kesal dan marah. Niat beli ulang konsumen tentu dapat mempertahankan kelangsungan siklus perusahaan maupun untuk mendapatkan *profit*

dan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan. Dengan menurunnya niat beli ulang dari konsumen terhadap sepatu olahraga FILA tentu hal ini sangat berbahaya bagi perusahaan yaitu perusahaan akan sulit dalam mempertahankan konsumen maupun menarik perhatian calon konsumen.

Dengan demikian, penulis melakukan penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen atas kualitas produk sepatu olahraga FILA dan pengaruhnya terhadap niat beli ulang sepatu olahraga FILA, yang diberi judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen atas Kualitas Produk terhadap Niat Beli Ulang Sepatu Olahraga FILA”.

1.2. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, penulis mengidentifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen atas kualitas produk Sepatu Olahraga FILA?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas produk terhadap niat beli ulang Sepatu Olahraga FILA?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas kualitas produk Sepatu Olahraga FILA.
2. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen atas kualitas produk terhadap niat beli ulang Sepatu Olahraga FILA.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat, di antaranya:

1. Bagi penulis
Untuk menambah wawasan penulis tentang pengaruh atas kualitas produk terhadap Niat Beli Ulang.
2. Bagi perusahaan
Untuk memberikan informasi tentang seberapa besar dampak dari kualitas produk sepatu olahraga FILA terhadap niat beli ulang dari konsumen dan juga

sebagai masukan bagi pihak FILA untuk mengevaluasi kualitas produk sepatu olahraga yang ditawarkan kepada konsumen.

3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini semoga bermanfaat bagi pihak lain yang berkepentingan dan membutuhkan penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut.

1.5. Kerangka Pemikiran

Banyak menganggap bahwa produk merupakan sebuah barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen untuk dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan dari konsumen, namun banyak hal lain yang melekat baik di dalam maupun di luar produk tersebut. Berikut beberapa definisi dari kualitas produk menurut para ahli.

Menurut Mowen & Minor (2002:89) kepuasan didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah memperoleh dan menggunakannya. Hal ini merupakan penilaian evaluative pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang dan jasa

Menurut Kotler & Armstrong (2012:283) arti dari kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair and other valued attributes*”. Hal ini artinya kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, serta atribut produk lainnya.

Dimensi kualitas produk Mullins, Walker, Boyd & Larreche (2005:422) terdiri dari:

- *Performance* (kinerja), yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama umur produk bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.

- *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau ketertarikan konsumen terhadap produk.
- *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
- *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
- *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan sebuah hal yang mendefinisikan suatu produk dan menjadi sebuah karakteristik produk tersebut sehingga dapat menjadi hal yang dapat dibedakan dengan produk yang lainnya. Kualitas produk yang dapat diandalkan tentu dapat memuaskan konsumen yang pernah menggunakan produk tersebut sehingga dapat mempertahankan niat beli ulang konsumen.

Schiffman & Kanuk (2004:73) menjelaskan bahwa niat beli ulang (*repurchase intention*) adalah rencana konsumen yang mendorong kesediaannya untuk melakukan pembelian kembali atas produk yang telah dibelinya. Menurut Ferdinand (2002:129) salah satu dimensi dari perilaku pembelian adalah niat membeli ulang. Berdasarkan teori-teori niat beli ulang yang ada, ia menyimpulkan bahwa niat beli ulang dapat diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Niat transaksional : Niat yang menggambarkan perilaku seseorang yang berkeinginan untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsi.
2. Niat referensial: Niat yang menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung mereferensikan produk yang sudah dibelinya agar juga dibeli orang lain.
3. Niat preferensial : Niat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsinya.

4. Niat eksploratif: Niat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilanggannya.

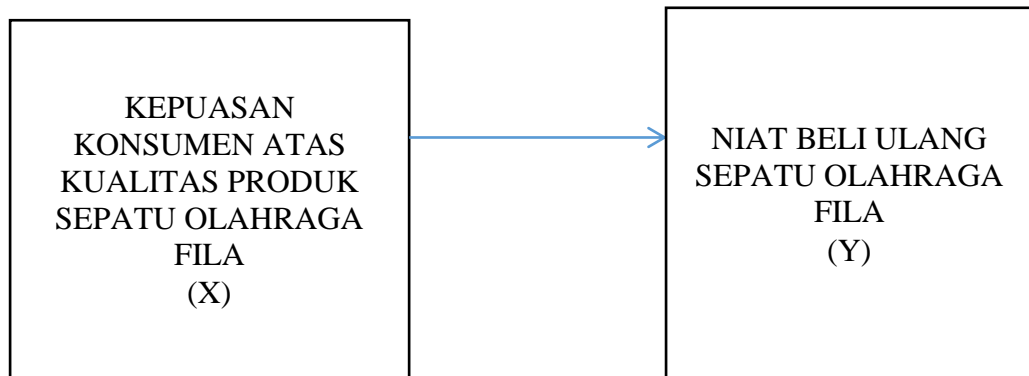
Kepuasan menurut Engel (dalam Tjiptono, 1996:146) merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama dengan atau melampaui harapan pelanggan; sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Menurut Kotler dalam Sunyoto (2013:35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu:

- kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa,
- jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas,
- apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang, atau gembira.

Menurut Sunyoto (2013:36) harapan pelanggan memegang peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan konsumen. Dalam mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian harapan konsumen/pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh konsumennya.

Berdasarkan uraian, dapat ditarik hipotesis penelitian ini adalah: semakin rendah Kualitas Produk yang diterima, maka semakin rendah Niat Beli Ulang konsumen. Variabel X yang diteliti yaitu Kepuasan Konsumen atas Kualitas produk dan variabel Y yang diteliti yaitu Niat Beli Ulang yang digambarkan pada model berikut:

Gambar 1.1.
Model Penelitian



Sumber : hasil pengolahan data